

University of Groningen

Massa-communicatie en godsdienstige beïnvloeding

Straver, Cornelis Jozephus

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

1967

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Straver, C. J. (1967). *Massa-communicatie en godsdienstige beïnvloeding*. Brand.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

BIJLAGE 1 Summary

This study tends to describe the communication problems round Roman Catholic religious teaching and bears, above all, the character of a theoretical reflection, based on research material.

In order to localize the problem it is dealt with within the scope of the literature on mass communication, and rather, in the vaster context of mass communication as a form of enculturation in our present-changing-culture. After Stappers, mass communication is here defined as the public presentation of sources of information which, as a matter of principle, bar nobody from decoding. Enculturation is here understood, with Scharmann, as the explicit conveying in words of what is already latent in the existential or social situation, so as to invite, through its presentation, the members of the community to shape their existence in a specific way. In affinity with Weber, religious instruction is here seen as a conveying in words of giving an ultimate meaning to human existence and as a humanly motivated set of actions to be described and understood by the sociologist.

After an analysis of effect and function of mass communication-i.e. for the sake of a number of indications for practice-the place of mass communication in our present culture is dealt with. With Binkowski the present community is characterized as a secondary world of experience where information is verified by other information; among the greatest needs are those of independent information and orientation about current problems. With van Hessen collective moulding of opinion is seen as a central mechanism for the regulation of normativity and the transmission of patterns of life; the uncommitted information is attended by a confirmation issuing from collectivity, which in its turn is involved in a permanent process of change. Religious information is now in competition with the other information currents and will have to bear a close resemblance to them if it wishes to retain a share in the supply of information and models for the benefit of man in our modern community. Following Van Leent, it is argued that the relation of man to his culture is a variable one, which point is also applied to the ultimate meaning of religion: in the various cultures man not only has different religious contents but is also differently associated with them.

This forms the starting point for an analysis of the contents (in part II) of the religious teaching over two years by Roman Catholic wireless and tv transmissions. The object of this analysis is to show that within the scope of R.C. teaching there are a number of 'schools of thought' which actually

have not been institutionalized in denominations but in which a quite different participation of man in modern culture and a quite different relation between man and religion are conspicuous and distinct. A connection was established between 1. the communicative aspect (i.e. the relation which the speaker by reason of his own view of his task expects of his audience towards him), 2. the cultural aspect (i.e. the participation in the argument of modern trends of thought and the measure of attention to the human world of experience), 3. the religious relation aspect (i.e. the expected attitude of man to the transcendent and religious teaching). This established connection supplied the empiric starting point for the construction of a number of types of teaching in the sense of Max Weber's Ideal types. In the third and last part of this study this typology was checked against the appreciations of the churchgoing public who had listened to sermons of the same types in their parish churches and were prepared to elucidate their experiences and appreciations in a conversation.

The material for this tentative research was gathered in Eindhoven and Amsterdam and totalled over 1000 interviews. Owing to various technical and financial reasons it was impossible to make the sample completely representative. Therefore this tentative research aims only at the description of types of appreciation and expectation and the search for possible connections between various factors in the research material-i.a. to facilitate further research. It appears that the data of this research fit in closely with the analysis of the communicative process as expounded in the first part of this book and can be evaluated in the light of the general communication theory. The expectations of the respondents appear to differ according to the typological analysis in part II. Relevant is that sermons giving a religious orientation directed at life in the modern world appeal to the vast majority of the churchgoing public; strongly rejected are the abstract-religious and preponderantly or exclusively biblical sermons, as are those sermons in which the institutional character of religion plays a major part. It may be concluded that there is a strong need for teaching capable of describing and offering a new prospect and synthesis to the tension between the desire to remain a member of the church and the simultaneous desire to participate in the modern world. Of the typology of sermons as developed in part II it could be ascertained not only what types of sermon had a stronger appeal but this appeal could also be compared with the more general expectations of the churchgoing public. There are indications that the differentiation in expectations (a differentiation in culture-participation patterns) constitutes a most fruitful approach to the description of the preferences of the churchgoing public than the search for direct connections between the openness to appeal and the social traits of the person. Of all the relations established — when statistically significant over 5% — the contingency coefficient C (after Siegel) has been calculated to describe the degree of connection.

lende gedeelten van dit boek nog duidelijker worden. Afsluitend zullen we enkele opmerkingen maken over het toekomst-perspektief voor de godsdienstige communicatie.

A. Samenvatting van enige concrete punten

1. De mens is alleen rechtstreeks bereikbaar voor nieuwe informatie voorzover hij onbeschermd is, en dat is hij bijna nooit. De mens maakt zichzelf wáár in zijn concrete leefkringen; het oordeel van deze groepen heeft voor hem meestal een veel sterker gezag dan dat der media.

Men dient hierbij wel duidelijk onderscheid te maken tussen propaganda ten aanzien van perifere beslissingen (reclame) en propaganda ten aanzien van iemands dieperliggende attitudes. Het hier gestelde geldt alleen voor de laatste vorm van communicatie.

2. Veel informatie wordt alleen opgenomen als bevestiging van het eigen standpunt of als de levering van argumenten in de discussie. Men dient bedacht te zijn op een sterke neiging tot stereotype-vorming en tot dissonantie-reductie tegenover als nieuw ervaren informatie. In het bijzonder zullen personen met een autoritaire instelling of met een sterke vasthoudendheid aan een bepaalde leer hiertoe de neiging vertonen.

Wat zich aandient als alleen maar feitelijke informatie (nieuwe) heeft daarom meer kans. Er is zelfs een uitgesproken afkeer van wat een duidelijke propaganda-bedoeling verraadt. Ook gaat er eerder een negatieve werking uit van extreme voorbeelden, van bedreiging of angst-aanjaging etc.

3. Nieuwe informatie is mogelijk in nog onbesliste situaties, wanneer iemand in een vacuum of spanning verkeert.

Ook zijn er mogelijkheden door informaties die een verzoening bieden van nieuwe feiten met oude denkbeelden: de rol van her-interpretatie (van die denkbeelden).

Over het algemeen heeft het aanbieden van een (aantrekkelijke) nieuwe visie meer kans dan het iemand pogen te winnen door het aantasten van iemands oude visie.

4. Het tonen van twee zijden van het probleem — pro én contra — is in bijna alle gevallen effectiever om een visie te doen doordringen

dan alleen het bieden van argumenten pro. Dit geldt alleen niet bij een zeer gering ontwikkeld publiek dat reeds voor de aangeboden visie gewonnen is.

5. In het algemeen neemt men datgene op wat in het perspectief ligt van de eigen aspiraties, datgene waar men in de eigen situaties iets mee kan doen, datgene waar men — bewust of onbewust — reeds heen tenderde. Het kanaliseren van onuitgesproken gevoelens en verwachtingen is zeer belangrijk.

6. Van de persoonlijke kenmerken zijn met betrekking tot het gebruik dat men van de media maakt vooral intelligentie en scholing belangrijk, alsmede de mate waarin men sociaal goed geïntegreerd dan wel geïsoleerd staat (psychische labiliteit).

7. De binding aan een concrete groep of leefkring is een belangrijke stimulans om nieuwe informatie te verwerpen of te aanvaarden. Vandaar de noodzaak in te spelen op themata die in het concrete groepsverkeer aktueel of belangrijk zijn, en ten aanzien waarvan men informatie en leiding zoekt bij de mensen die als opinionleaders fungeren in de eigen kring.

8. Het kan effectief zijn informatie te verschaffen die door het doorsnee-publiek wel wordt beluisterd maar niet onmiddellijk wordt opgenomen, maar die de opinion leaders de sleutel-informatie verschaft die zij nodig hebben voor het spelen van hun rol.

9. Men dient minder te verwachten van een rechtstreeks inspelen op sociale differentiaties zoals leeftijden, beroepsniveaus etc. Wel dient men de informatie te verbinden aan de publieken, die slechts ten dele parallel lopen met de genoemde sociale differentiaties en deze anderendeels doorkruisen. De publieken zijn eerder herkenbaar aan hun overige medium-gebruik, hun smaak-voorkeuren, alsmede aan hun participatie aan het moderne cultuur-patroon (hetzij in het algemeen, hetzij kerkelijk-godsdienstig).

10. Er is bijgevolg een mogelijkheid om mensen aan te spreken door middel van een aanbod van identificatie-figuren, van herkenbaar beschreven situaties en toekomst-beelden, van 'leitmotiven' en aspiraties etc. Een dergelijke oriëntatie gebeurt door het aanreiken van een 'beeld' van iemands mogelijke leven of toekomst.

Belangrijk is de verwerking van de human interest-factor, beschrijvingen van iemands slagen op het terrein van het menselijk geluk, van de relaties, van het benutten van kansen etc.

11. Samengevat zal informatie het karakter moeten dragen van

'oriëntatie'. Dit impliceert het rangschikken van de beschikbare gegevens op zodanige wijze dat inzicht en overzicht bevorderd worden en een zekere hanteerbaarheid en daarmee toepasbaarheid voor de eigen situatie mogelijk wordt. Deze ordening dient dan zodanig te zijn dat de ontvanger voldoende ruimte wordt gelaten met de aangeboden aanzetpunten zelf verder te denken, en dat de richting die in de aangeboden feiten wordt meegegeven zoveel vrijheid laat dat men de gegevens kan hergroeperen en tot een afwijkende keuze kan komen.

12. Voor het onderscheiden van de verschillende vormen van godsdienstige communicatie zou men onderscheid dienen te maken tussen een godsdienstige boodschap die *in tegenstelling* staat tot het menselijke en een boodschap die *in verbinding* staat met het menselijke. Het criterium hiervoor is hoe de menselijke ervaring en zelfontplooiing in algemene (neutrale) zin gewaardeerd worden in hun relatie tot de goddelijke boodschap: Komt die goddelijke boodschap volledig of overwegend van buiten de mens (door God geïnspireerd, door genade ingestort etc.) dan fungeert het menselijke vooral als aanloop voor het betoog en illustratie-materiaal, als landingsterrein van de genade, of als concreet toepassingsgebied voor een goddelijke boodschap die als alles overheersende wet het leven bepaalt. Komt de goddelijke boodschap — naar de visie van de predikant — echter mede tot stand in de menselijke evolutie c.q. in het persoonlijk religieus ervaren, dan fungeert het menselijke in het betoog als integrerend bestanddeel, als gebied waar zich het christelijke reeds waarmaakt ook zonder dat dit er expliciet bijgezegd wordt, en als ontdekkingsterrein waar de werkelijke betekenis van Christus in de beleving van diep-menselijke situaties herkend wordt.

13. Nadere kenmerken van een boodschap die in tegenstelling staat tot het menselijke zijn:

 slechts summiere of abstracte aanduiding der menselijke ervaring
 negatieve oordelen c.q. wantrouwen ten aanzien van de huidige cultuur en de menselijke ontplooiingskansen

 een extrinsieke verbinding van ervaringselementen en boodschap in het betoog: als illustratie, toepassingsgebied etc.; concretisaties voor het gedrag worden uit de boodschap afgeleid

 oriëntatie van het menselijk bestaan op een leven elders: alleen in het perspectief van godsdienst, kerk of hiernamaals is het leven in christelijke zin zinvol

de menselijke ervaring wordt beschreven in godsdienstige categorieën, bijv. als 'zondaar', en niet in empirische categorieën

het godsbeeld heeft trekken van het in de wereld ingrijpen, van hulpinstantie, van een andere werkelijkheid achter de werkelijkheid de godsdienstige boodschap wordt in godsdienstige termen gebracht: men moet lid zijn van de groep om deze te verstaan (Verbond, genade, verlossing etc.)

een vergrote nadruk op de kerk en de binding daaraan als centrale levenswaarden.

14. Nadere kenmerken van een boodschap die *in verbinding* staat tot het menselijke zijn:

uitvoerige en/of genuanceerde beschrijvingen der menselijke beleveniswereld

overwegend positieve oordelen c.q. vertrouwen ten aanzien van de huidige cultuur en de menselijke ontplooiingskansen

een intrinsieke verbinding van ervaringselementen en boodschap in het betoog: als uitgangspunt of als probleemstelling; concretisaties voor het gedrag komen naar voren uit de doorlichting van dat gedrag het menselijk bestaan heeft zelfstandige betekenis

de menselijke ervaring en problemen worden in empirische termen beschreven

het godsbeeld heeft trekken van het onkenbare en mysterieuze

de godsdienstige boodschap wordt in sterke mate gebracht in termen die algemeen verstaanbaar zijn

een vergrote nadruk op het engagement in de wereld als de centrale levenswaarde voor de christen.

15. Een godsdienstige boodschap wordt door de toehoorders in sterke mate beoordeeld en besproken binnen het kerkelijk-godsdienstige kader waarbinnen ze gepresenteerd wordt: een preek tijdens een zondagse kerkdienst ondervindt deze invloed sterker dan een godsdienstige toespraak voor radio of tv.

Belangrijk is of men de predikant kent, dat wil zeggen kent als goed spreker.

16. Belangrijk voor het slagen der communicatie is dat de boodschap gelegenheid geeft tot instemming ('ja, zo zie ik het ook'), dat het beeldgebruik werkelijkheidsgetrouw is, en dat concrete aanhaakpunten gegeven worden waarop de toehoorder kan doordenken. Zeer negatief werkt als de preek de indruk maakt niets nieuws te brengen c.q. het oude niet op een nieuwe wijze weet te presenteren. Overigens

maakt de toehoorder wel degelijk onderscheid tussen deze hulp-elementen en het aangesproken zijn als zodanig.

17. Als een preek aanspreekt is dit over het algemeen omwille van de relatie van deze boodschap met de dagelijkse levenswerkelijkheid. Sterk identiek met het slagen van de communicatie is de vraag of de toehoorder een verheldering heeft gekregen van zijn vragen of problemen.

18. Het kerkgaand publiek houdt over het algemeen vast aan twee kanten tegelijk: het horen bij de kerk en het participeren in het moderne leven. De oplossing van deze spanning wordt niet zozeer verwacht van een naar voren halen van de bijbel zonder meer, maar van het kunnen leggen van een verbinding tussen het moderne leven en christelijke gezichtspunten.

19. Er heerst een verlangen naar preken met een actuele thematiek en aansluitend bij het leven, bij meer dan drie-vierde der toehoorders. Het institutionele en het sterk abstract-godsdienstige preektype worden het sterkste afgewezen.

20. Er zijn duidelijk verschillende typen van instelling of verwachting binnen het kerkgaand publiek. Er is enerzijds een type dat vanuit de persoonlijk doorleefde ervaring en anderzijds een type dat vanuit het aanhangen van een leer vertrekt. Het huidige preek-aanbod is over het algemeen geschikt voor de laatste groep. Dit kan een trend versterken die zichtbaar wordt in de verschillen tussen Eindhoven en Amsterdam: het gevaar voor een negatieve selectie.

21. Wat de uiterlijke verzorging betreft wordt van de preek vooral verlangd: beknoptheid en kernachtigheid, eenvoud en begrijpelijkheid, persoonlijk overtuigd-zijn, beheerstheid. Wat de wijze van spreken betreft wordt nog verlangd: duidelijkheid en levendigheid. Over het algemeen wordt de uiterlijke verzorging niet los van de inhoud beleefd of gewaardeerd. Zelfs de duur van de preek wordt ervaren in nauwe samenhang met het — om andere reden — al of niet zijn aangesproken.

22. Personen van oudere leeftijd of werkzaam in een kerkelijke functie e.d. waarderen sterker de godsdienst-gerichte preken. In het algemeen blijken de jongere leeftijd en de technische beroepen moeilijker door het huidige aanbod te worden geboeid. Dit dient niet geweten te worden aan een gebrek aan aandacht zonder meer bij deze groepen maar aan een onvoldoende aangesproken zijn op hun interessen en behoeften.